

- ✓ Залучити представників заінтересованих громадських кіл та соціальних партнерів до участі у реформі системи вищої освіти та професійної освіти;
- ✓ Вирішити питання, пов'язані з процедурами акредитації та ліцензування;
- ✓ Створити кафедри європейських студій та європейського права через Програму Жан Моне та підтримувати можливості навчання молодих науковців;
- ✓ Розширення співробітництва у сфері освіти, стажувань та молоді;
- ✓ Започаткувати політичний діалог між Україною та ЄС у сфері освіти та навчання;
- ✓ Розширити молодіжні обміни та співробітництво у сфері неформальної освіти молоді та сприяти розвитку міжкультурного діалогу.

Українська освітня система поки що мало придатна для того, щоб готувати освічені і кваліфіковані кадри для сучасного ринку праці. Вирішення цієї проблеми вимагає серйозних змін в підходах до навчання, структури і змісту навчального процесу, мотивованого навчання студентів і, врешті-решт, відповідність здобутих студентами знань до попиту з боку роботодавців.

Література:

1. Беззубко Л.В., Черниш О. І., Соколова Л. С. Розвиток системи освіти у сучасних умовах. - Макіївка, 2005. - С 132.
2. Інтеграція в європейський освітній простір: здобутки, проблеми, перспективи: Монографія / За заг. ред. Ф.Г. Ващука. – Ужгород: ЗакДУ, 2011. – 560 с. – (Серія «Євроінтеграція: український вимір»; Вип. 16).
3. Головка Б. А., Сагалаков Б. Ф., Горбачик А. П., Платоненко О.Ю., Нахабич М. А. Реформування вищої освіти у процесі демократизації українського суспільства. - К.: ВПЦ "Київський ун-т", 2004. - С. 220.

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Кононенко А. І., студентка 6-го курсу факультету Економіки та підприємництва

Димченко О. В., д-р екон. наук, проф., зав. каф. Економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М.Бекетова*

Галузь легкої промисловості – це важливий сегмент виробничого комплексу України, що забезпечує значні надходження до бюджету. За рівнем розвитку легкої промисловості можна визначити не тільки економічну позицію, а й загальний імідж країни у системі світового господарства. За думкою міжнародних експертів, українська легка промисловість має великий потенціал розвитку, бо ще з давніх часів Україна займала провідну позицію у виробництві

товарів промисловості народного господарства. Особливо активно виробляла верхній одяг. Проте, після набуття незалежності, за останні роки ситуація погіршилась і виробництво зменшилось у рази. Причинами стали зниження купівельної спроможності громадян, негнучкість швейних підприємств щодо переорієнтації на нові лінії випуску одягу, непристосованість підприємств до ринкового середовища та застарілість обладнання. Згідно зі статистичними даними, якщо у 2000-2004 рр. спостерігались позитивні тенденції і налагодження виробництв на підприємствах, що змогли пристосуватися до ринкових відносин, то з 2005 року обсяги виробництва починають поступово знижуватись. До того ж, протягом останніх років в Україні з'явилися нові проблеми, що погіршили показники діяльності легкої промисловості. Серед таких можна відмітити фінансові кризи, воєнні дії, неврегульована система оподаткування, «сірий» імпорт дешевого секонд-хенду. Аналіз економічних чинників, що мають вплив на конкурентоспроможність українських товарів легкої промисловості вказує, що виробники працюють на умовах світових цін на матеріали, обладнання і сировину. Це складає 65-80 відсотків собівартості продукції. В цей час, на оплату праці вкладається лише 10-20 відсотків від собівартості. З цього є наслідком те, що вітчизняні товари неконкурентоспроможні у боротьбі з товарами «тіньового» імпорту.

Окрім проблем економічного характеру маємо негативний вплив на екологію через надмірне споживання і забруднення довкілля. Відомо, що індустрія моди займає 3-є місце за забрудненням навколишнього середовища після добування нафти і сільського господарства.

Отже, можна зробити висновок, що підприємства легкої промисловості знаходяться у кризовому стані і потребують заходів для подолання проблем на шляху їх розвитку. При цьому необхідно «примирити» конфлікт збільшення обсягів випуску виробів національного виробника і раціональне споживання товарів населенням задля охорони довкілля.

Для подолання кризових явищ у галузі необхідно застосовувати такі напрямки розвитку як:

- Зниження собівартості виробів за рахунок оптимізації управління витратами;
- Використання модернізованого устаткування у виробничому процесі;
- Покращення умов праці для робітників;
- Застосування міжнародної сертифікації продукції;
- Залучення нових партнерів та інвестиційних потоків.

Окрім зазначених кроків необхідно використовувати зарубіжний досвід і прогресивні ідеї. Однією з таких є рух під назвою «Sustainable Fashion». Його ціллю є свідоме виготовлення і споживання одягу з екологічної та соціально-економічної точки зору. Він базується на 7 основних пунктах:

1. Індивідуальний пошив (річ ідеально підходить людині і її носять довгий час).
2. Виготовлення з екологічних матеріалів.
3. Висока якість виробу і дизайн «поза часів» (без прив'язки до моди).

4. Чесність та етичність по відношенню до культур і робітників (належні умови праці).

5. Ремонт одягу, зміна дизайну та апсайкл (можливість подовжити використання речі за рахунок її перероблення).

6. Оренда одягу, видача її в борг та обмін.

7. Носіння вінтажних речей.

Перевагою застосування цієї концепції є те, що кожна людина може зробити свій внесок і чим більше суспільство буде інформоване, тим кращі результати ми зможемо отримати. Українські виробники одягу мають звертати особливу увагу на якість своєї продукції, за яку люди будуть сплачувати більше, так як це речі «на роки», а не на сезон. Також вирішується питання з секонд-хендами. Будь-яке українське швейне підприємство може зі старих речей створювати дизайнерські та унікальні, що в свою чергу принесе додатковий дохід та покращить імідж підприємства.

Отже, дані рекомендації зможуть підвищити ефективність функціонування підприємств галузі легкої промисловості та покращити стан галузі в цілому.

Література:

1. Стан та перспективи розвитку легкої промисловості України / Л.Е. Касьян. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. - № 6. – С. 147-150.

2. Сучасний стан та перспективи розвитку швейної промисловості України / І. Б. Плотніченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2012. – № 739 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 109–114.

3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСТА ХАРКІВ

Костіна К. М., студентка 6 курсу, факультету Менеджменту

Болгаріна А. В., студентка 7 курсу, центру заочного навчання

Оболенцева Л. В., канд. екон. наук., доц. каф. Туризму і готельного господарства

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Формування іміджу території є актуальним для багатьох країн та міст світу. Особливо нагальним він стає на територіях, які приваблюють туристів. Імідж території, її репутація в вітчизняних та зарубіжних суспільно-політичних і ділових колах є основою успішного просування території, підвищення привабливості територіальних продуктів і послуг на міжнародному ринку. При розгляді проблем іміджу міста необхідно врахувати, що він, як і будь-який